

© 2014 г.

Е.В. МИГЕЙ

ПЛАКАТ КАК ПОЛИТИЧЕСКОЕ ОРУЖИЕ РЕСПУБЛИКАНЦЕВ И ФРАНКИСТОВ ВО ВРЕМЯ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ В ИСПАНИИ 1936–1939 годов

В социальном или международном конфликте большую роль играют не только вооружения, организация войск, политические акции противников, участие в конфликте внешних сил, но и борьба за умы и сердца людей, вовлеченных в противоборство, и тех, кто остался в стороне от схватки. Примером тому может служить Гражданская война в Испании в 1936–1939 гг., где пропаганда и агитация временами выходили на передний край борьбы. В конкретно-исторических условиях того времени, когда большая часть населения страны была политически неискушенной, малограмотной или даже вовсе неграмотной, наглядная агитация и пропаганда имели особое значение в деятельности как республиканцев, так и франкистов.

Одним из главных элементов пропаганды и агитации противостоявших сил стал плакат как оперативный и целенаправленный инструмент воздействия на сознание масс. Плакат – это ценный исторический источник, но пока еще мало исследованный. В нашем распоряжении оказался значительный массив плакатов того времени, и мы предлагаем читателю познакомиться с тем, как использовался плакат в борьбе между республиканцами и франкистами в качестве важного метода концептуального управления мировосприятием масс.

Простота изобразительных средств, строгие и в то же время контрастные краски, краткий, действенный текст – вот характерные признаки испанского политического плаката. Его авторы использовали приемы создателей французской театральной афиши¹, плаката времен Первой мировой войны, Октябрьской революции и Гражданской войны в России и вместе с тем развивали сложившуюся технологию рисунка, возможности его эмоционально-идеологического воздействия, вносили новаторские элементы современного им искусства.

Поскольку больше половины населения Испании было неграмотным, плакат должен был четко выражать визуальную информацию, а уже вслед за ней шел текст. Содержание некоторых плакатов повторяло образы периода Первой мировой войны: призыв к борьбе, оружию, бдительность, восхищение вождями, военную и гражданскую символику и т.д. В зависимости от целевого назначения плаката художник создавал влиявший на зрителя образ, который всегда имел антифашистскую и антифранкистскую

Мигей Екатерина Витальевна – аспирантка кафедры всеобщей истории факультета архивного дела Российского государственного гуманитарного университета.

¹ Основоположником современного плаката был французский художник-график Жюль Шере (1836–1932), создавший многочисленные плакаты-афиши французских оперетт и явившийся основателем нового художественного стиля, предтечи искусства модерн. На основе работ Шере мастерство плаката освоили и развили такие художники, как А. Тулуз-Лотрек, Т.-А. Стейнлен, Э. Грассе. См. *Barnicoat J. Los carteles. Su historia y lenguaje. Barcelona, 1972, p. 12.*

направленность (у франкистов – антикоммунистическую и антисоциалистическую). Плакат мог содержать призыв к вступлению в батальон, колонну, партию; свидетельствовать об оказании военной, медицинской помощи, о снабжении армии продовольствием и одеждой; агитировать против итальянской и немецкой интервенции, против “пятой колонны” и шпионов; нести в себе антиклерикальную пропаганду; выражать симпатии к СССР (у франкистов – к Италии и Германии); выполнять задачи укрепления дисциплины на фронте и в тылу. В целом республиканский плакат стал продолжением традиции искусства агитации, уже сложившегося в ходе борьбы за преодоление последствий диктатуры Примо де Риверы, за победу Народного фронта.

У франкистов не было времени для организации наглядной агитации. Однако сразу же после начала вооруженного мятежа в октябре 1936 г., когда в Бургосе возникло первое временное правительство Франко, появилась так называемая Государственная делегация по делам печати и пропаганды, которая вошла в состав Генерального секретариата главы государства. Директором ее стал Мильян Астраи, сформулировавший главный лозунг централизованной франкистской пропаганды: “Единое Отечество. Единое государство. Единственный лидер”. Идеологической основой франкистской пропаганды являлась борьба против “красного варварства” (коммунизма), идея крестового похода, восстановление Родины и католических ценностей. Таким образом, у франкистов был единый орган управления пропагандой, что облегчало целенаправленное и быстрое реагирование на злободневные военно-политические задачи.

У республиканцев, напротив, каждая партия имела собственную редакцию и учреждение по выпуску плакатов, что порой вносило диссонанс в общую пропагандистскую деятельность. Помимо единой цели – борьбы с фашизмом и интервенцией, каждая категория населения, втянутая в войну, стремилась решить свои насущные проблемы, а потому партии дробились на множество отдельных групп и их идеи часто расходились с общей линией Народного фронта.

Республиканская пропаганда в первую очередь была нацелена на героизацию борьбы против фашизма, а затем в зависимости от различий в идеологии выдвигала требования социальной справедливости, передела земельной собственности, уничтожения церковного влияния, защиту демократических ценностей и т.д.

На республиканских плакатах чаще всего изображали стандартного героя: отважного солдата, трудолюбивого крестьянина или борца-анархиста. Движение анархистов пользовалось большим влиянием в рабочем движении, особенно в Каталонии. Широкое распространение получил и образ женщины-анархистки, представительницы группы “Мухерес либрес” (“Свободные женщины”)², организованной для отстаивания анархистских и феминистских идей.

Антифашистская война в Испании имела и глубокие социальные корни. Поэтому плакатный текст чаще был обращен к крестьянам, составлявшим большую часть населения и заинтересованным прежде всего в решении земельной проблемы, нежели к рабочим и другим категориям населения.

Негативное изображение врага (фашизма) требовало все новых и новых интерпретаций. Чтобы справиться с этой непростой для художника задачей, визуальную аллегорию заменяли острым, злободневным лозунгом к плакату и часто рисовали свастику.

Новизна плакатной пропаганды Народного фронта состояла в том, что авторы плакатов нашли свою, неожиданную интерпретацию художественного и словесного образа фашизма. Так, на плакатах появляются изображения сюрреалистического монстра, кукольного солдата, медведя. Активно начинает применяться фотомонтаж, документально подтверждающий картину разрушений и жертв фашизма – это погибшие дети, женщины, разбомбленные исторические здания. Популярными становятся карикатуры на тучных епископов, увешанных золотыми крестами, на дельцов, идущих следом

² *Hugh T. The Spanish Civil War. New York, 1961, p. 16.*

за фашистскими солдатами. Слово “фашизм” сопрягается со словами “порабощение, нищета, угнетение”.

Поскольку основные типографские центры находились в руках республиканцев, франкисты, помимо печатных, старались использовать другие пропагандистские средства: триумфальные шествия повстанческих войск, церковные службы, выступления по радио.

Мятежники столкнулись и с хроническим дефицитом бумаги, зато многие опытные фотографы и художники остались на удерживаемой ими территории и начали “раскручивать” образ Франко-лидера. На большинстве портретов Франко изображен в три четверти или в формате бюста, что должно было напоминать о римских военачальниках. Так, в памятных брошюрах “Картинки о войне” (“*Estampas de la Guerra*”) Франко одет в форму генерала испанской армии и снят фотографом Халоном Анхелем в три четверти на фоне карты Испании, олицетворяя идею единства армии и нации.

Пропагандисты франкистского движения использовали различные средства массовой информации для распространения изображения Франко – лидера сильного и одновременно загадочного³. Так как каудильо был замкнут и редко появлялся на публике, его присутствие компенсировалось плакатами, размещенными в окнах домов и предприятий. В одной из газет, выходивших в Саламанке, говорилось: “Люди видят его... но только на фотографиях. Это человек, который не присутствует на парадах из-за долгих часов затворничества и труда”⁴.

Сила, но вместе с тем и слабость франкистских плакатов заключалась в том, что образ движения националистов персонифицировал в себе Франко. У одних это вызывало энтузиазм, у других – отторжение. Населению навязывалась идея отсутствия какого бы то ни было выбора. На республиканских плакатах, наоборот, нет единого образа вождя – каждый выступает за собственные интересы. Тем самым подразумевалась свобода выбора, однако важный персонифицированный кумулятивный эффект задействован не был.

Противопоставление двух противоборствующих сил отражали идея национализма у франкистов и идея интернационализма у республиканцев. Франкисты были убеждены, что республиканцами управляет Интернационал – враг национальных интересов Испании, те же в свою очередь утверждали, что франкисты лишь рядятся в одежды защитников нации, на самом деле ими командуют итальянцы и немцы, а присутствие марокканцев в армии Франко только лишний раз опровергает рассуждения о ее национальном характере. В этом смысле сильное впечатление на современников производил плакат с использованием фотомонтажа под названием “Испанская война против всемирного фашизма. Кастилец, потерявший сына в Марокко, с горечью созерцает превращение площади его поселка в марокканский базар”. Плакат состоит из двух частей: в глубине фотоизображения бедный кастильский крестьянин, стоя на коленях, унижается перед марокканцами, пытаясь узнать о судьбе сына, пропавшего в Марокко. Ниже – вторая сцена: трое марокканцев, сидя на земле, едят хлеб этого крестьянина-кастильца.

Воплощение идеи интернационализма Народного фронта отразилось в пропаганде языка эсперанто и его использовании в плакатном искусстве. Пионером в применении цветного фотомонтажа, а также языка эсперанто был художник-график Мануэль Монлеон. Некоторые его плакаты и портрет эсперантиста доктора Заменгофа украшали штаб-квартиру группы эсперантистов в Валенсии. Монлеон был частым гостем советских эсперантистов и сотрудничал с ассоциацией художников Советского Союза. Его художественная стилистика эволюционировала от реализма к импрессионизму, что было связано с влиянием Валенсийской школы искусства. К концу 1930-х годов в пла-

³ *Basilio M.* Genealogies for a New State: Painting and Propoganda in Franco’s Spain, 1936–1940. – *Journal for Theoretical Studies in Media and Culture*, november 2002, p. 67.

⁴ *Ibidem.*

катной живописи Монлеона появляются элементы сюрреализма⁵. Импрессионистская манера письма, насыщенность цветовой гаммы особенно характерны для его плаката “С благословения Папы прибыли варвары с оружием!”⁶.

Авторы республиканских плакатов часто экспериментировали с фотомонтажом (что полностью отсутствовало у франкистов). Художник Пере Катала Рока, во время войны принимавший активное участие в работе отдела пропаганды каталонского правительства, впервые применил фотомонтаж и написал ряд статей об использовании фотографии в пропаганде. Австралийский поэт-сюрреалист, участник интербригад Мэри Лоу вспоминал, как в 1936 г. в Барселоне он увидел один из плакатов Каталы Рока. “Мы стояли, – пишет он, – колонной на улице. Перед нами был плакат – ноги каталонского крестьянина в альпартгах топчут свастику на мостовой”⁷.

Заметим, что фотомонтаж в плакате еще в конце 1920-х годов пытался применить немецкий художник Джон Хартфилд, безусловно, оказавший влияние и на наглядную пропаганду периода Гражданской войны в Испании. В традициях постреволюционного советского плаката работал художник Жосеп Ренау. По его собственным словам, “фотографический плакат – это создание чисто российского большевизма”⁸. Ренау охотно манипулировал и с гравюрой. Особенно ему удалась работа с мотивами гравюры Дюрера из серии “Апокалипсис” (1498 г.): четыре устрашающих всадника – церковь, капитализм, фашизм и нацизм – парят над трупами. Любопытно, что пять лет спустя франкист Карл Саенс де Техада, представив для “Истории испанского крестового похода” свое видение Народного фронта, также изобразил на плакате группу всадников. Они с азиатскими лицами и знаменем коммунистов. Лошади втаптывают в землю всех, кто попадаете им на пути. Впрочем, к тому времени среди художников распространилась мода адаптировать для плаката известные классические произведения, вплетая их в контекст собственного истолкования политической ситуации.

6 сентября 1936 г. Ренау занял пост генерального директора Управления изящных искусств министерства образования. Директором музея Прадо назначили Пабло Пикассо. Он пребывал на этом посту до 1939 г., но лишь формально, так никогда и не покинув Францию. Именно Ренау заказал Пикассо картину для испанского павильона на Международной выставке в Париже 1937 г., став, таким образом, инициатором создания великой “Герники”.

В 1937 г. Ренау опубликовал очерк “Социальная функция плаката”. Несмотря на краткость, это очерк и сегодня является ценным документом для изучения истории военного плаката и его связи с коммерческим плакатом. Ренау выявлял возможности военно-политического плаката как действенного призыва к переходу от старого к новому социальному порядку и утверждал, что политический плакат способен привести в движение широкие слои населения, заставить их следовать тем или иным требованиям общества, охваченного революцией.

Среди лучших произведений Ренау назовем плакат “Комиссар – сила нашей народной армии”, созданный для коммунистической партии. На нем мы видим твердую руку комиссара, а также штыки, направленные на неприятеля и символизирующие сопротивление фашизму. Вставка фона с пейзажем зеленоватой зари отсылает зрителя к великому Франсиско Гойе. Манера Гойи прослеживается и на другом плакате – “Военная промышленность способна влиять на победу”, хотя здесь доминируют иные приемы – фотомонтаж и фотоколлаж.

Поиски новых форм были присущи многим художникам. Фернандо Кабеда соединил на плакате фото газеты “Атака”, которая занимает центральное место, с изобра-

⁵ История фотоархива министерства пропаганды Мадрида. – Министерство культуры Испании. – <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel-2292&page-46&from-catalogo>

⁶ Там же. В 2004 г. группа историков и искусствоведов Валенсии издала книгу о плакатном искусстве “Manuel Monleón: diseño y vanguardia”.

⁷ *Grimau C.* El cartel republicano en la Guerra Civil. Madrid, 1979.

⁸ *Renau J.* Funcion social del cartel. Valencia, 1976, p. 63–65.

жением молодых солдат, борцов за свободу Испании и всего мира. Три головы, склоненные над газетой, свидетельствуют о единодушии и желании узнать всю правду о войне⁹.

В отличие от франкистов, склонных к реалистическим формам и традиционной символике, республиканцы часто прибегали к аллегориям и карикатурам. Среди художников-графиков новатором сатирического плаката был Антонио Каньявете, карикатурно представивший главных политических лидеров мятежников. На знаменитом плакате “Его превосходительство генералиссимус” (“S.E. El Generalísimo”), созданном в 1937 г. по заказу Хунты обороны Мадрида¹⁰, он изобразил Франко, прибегнув к сложной метафоре, которая, однако, была понятна современникам. Вождь противника намеренно принижен – Франко изображен в виде так называемого “короля дубинок” из испанской колоды карт, что должно было означать: он не настоящий, он карточный король.

Еще один приобретший известность сатирический плакат под названием “Националисты” был сделан художником-графиком Федерико Моралесом по заказу министерства пропаганды¹¹. Перед зрителем игрушечный корабль, на котором плывут националисты: марокканцы, итальянский военный, немецкий капиталист, епископ. В центре плаката – виселица, на перекладе сидит хищный гриф, а внизу – карта Испании с надписью “Да здравствует Испания!” (“¡Arrriba España!”).

На франкистских плакатах также встречаются карикатуры на республиканцев. Чаще всего враг символизирует нечистую силу, например, франкистский солдат протыкает штыком черта. Общей чертой франкистского плаката было то, что лица солдат невыразительны, не читаемы. Портретного сходства удастаивался один лишь Франко.

Несмотря на различия в манере исполнения плакатов франкистов и республиканцев, и те, и другие подчас использовали схожие аллегории, к примеру, такую, как “враг – смерть”. Так, республиканский художник-график Пабло Педреро изобразил генералиссимуса Франко в виде огромной тощей фигуры Смерти в черно-красной епанче: на голове каска, под каской череп, на груди свастика¹². За ним семят маленькие толстенькие фигурки – итальянский генерал, банкир и поп. На франкистском плакате применена аллегория “враг – серп”. На переднем плане серпы превращаются в черепа. Тем самым франкисты хотели внушить зрителю, что рабочее движение с серпом и молотом ведет человечество к смерти, гибели, катастрофе.

Плакаты франкистов часто выигрывали благодаря реалистически-консервативной, доходчивой форме, отвечавшей пропаганде семейных ценностей, религии и культа Франко. Художники-республиканцы порой слишком увлекались техническими и художественными экспериментами, поэтому смысл терялся за модернистской формой. Таков плакат Рамона Пуйоля, выполненный в стиле офортов Гойи. На нем изображен сидящий на табурете, охваченный ужасом человек с выпученными глазами, по-видимому, ошеломленный прочитанной в газете статьей, о чем говорит подпись под картинкой: “Объявим войну пессимистам!”¹³. Работы Пуйоля отличала экспрессивная графика, с помощью которой он очень точно передавал внутреннее состояние человека. На плакате “Сопротивляться – значит победить” он нарисовал борца, разбивающего кулаками свастику¹⁴. Постепенно художник все больше работает в стилистике сюрреализма, впервые в плакатной живописи экспериментируя с искажением форм, все чаще прибегает к символам и аллегориям, пытаясь найти всеобъемлющий образ

⁹ Arte y propaganda: Carteles de la Universitat de València. Valencia, 2002, p. 11.

¹⁰ Каталог плакатов. Плакаты Гражданской войны в Испании Саутворт коллекции. – <http://orpheus.ucsd.edu/speccoll/visfront/segeneral.html>

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ История фотоархива министерства пропаганды Мадрида.

¹⁴ Там же.

драмы испанской Гражданской войны. Пуйоль создает всевозможных монстров, его рисунок отличают объемность и деформация модели. На плакате “Паникер” дракон-змея с человеческими руками и огромным высунутым языком угрожает городу. Стоит взглянуть на этот мастерски исполненный рисунок, как зрителю передается то чувство ужаса, которым охвачено население заброшенного, одинокого города, находящегося в смертельной опасности. Недаром несколько плакатов Пуйоля экспонировались на Всемирной выставке в Париже.

Около 70% всех антифашистских плакатов было создано Союзом профессиональных иллюстраторов Барселоны, основанного в 1936 г. Элиосом Гомесом, куда вошли ведущие художники-графики: Карлос Фонтсере, Антони Клав, Жосеп Ренау, Мануэль Монлеон, Марти Бас и др. Однако к середине 1937 г., по мнению Фонтсере, “пропаганда, контролируемая организациями, потеряла непосредственность, утонув в монотонности”¹⁵.

Из этой монотонности не сумел вырваться и один из наиболее талантливых художников – Артуро Байестер. В своем творчестве он стремился следовать новаторским принципам Арт Деко. В его плакате “Хвала героям” появились страстные фигуры новых икаров – метафорических людей-самолетов, в которых соединились романтические и идеалистические мотивы символистов, ранее использованные в немецкой графике, а затем в Арт Деко¹⁶. След Арт Деко чувствуется и в произведениях Висенте Байестера. На их схематичность, безусловно, повлияли плакаты брата.

Эффект скульптурного изображения применил в плакате “Народная армия – это армия Республики” художник Парилья. Модернистский характер носил плакат Мареля “С помощью физических упражнений вы сможете сражаться без усилий”, отпечатанный в Барселоне. На плакате над солдатом с винтовкой возвышается дискобол. Это было художественное выражение тезиса премьер-министра республиканской Испании Хуана Негрина: “Важнейшая забота государства – культурное, физическое и нравственное улучшение расы”. Небезынтересно отметить, что в республиканских плакатах встречаются параллели с пропагандистскими плакатами нацистов, где главной темой было восхваление здорового тела и, соответственно, занятий спортом. Несомненное сходство имела и советская плакатная эстетика того времени¹⁷.

В целом плакаты республиканцев были разнообразней, ярче и действенней франкистских, хотя иной раз они выглядели усложненными и не всегда понятными простому зрителю. Впоследствии их преимущество признал даже Дионисио Ридруэхо, глава пропагандистского ведомства в армии Франко. “Достаточно одного взгляда, чтобы понять преимущества в эффективности и интеллектуальности пропаганды республиканцев по сравнению с нашей”, – отмечал он¹⁸.

Однако эмоциональные и эстетические преимущества республиканского плаката не могли стать той решающей силой, которая склонила бы чашу весов в пользу Народного фронта.

Изучение военно-политического плаката времен Гражданской войны в Испании в качестве исторического источника открывает малоизвестные страницы непримиримой борьбы, в которой сошлись полярные силы мировой политики на испанской земле.

¹⁵ Биография Фонтсере. – Биографии и жизни. – http://www.biografiasyvidas.com/biografia/f/fontsere_carles.htm

¹⁶ *Perez Rojas J.* Art Deco en España. Madrid, 1990, p. 30–32.

¹⁷ *Crowley D.* The Propaganda Poster. London, 1998, p. 120.

¹⁸ *Grimau C.* El cartel republicano en la Guerra Civil. Madrid, 1979.